

2014年IT界年会——

# 老大很“亮瞎” 老大很焦虑

本报记者 王赟

2014年会冰火两重天,大型央企、国企年会大多偃旗息鼓,或是淡得“连瓜子都没有”。而IT界年会再度爆红。女优、奖金和礼物……土豪与香艳背后,互联网的BOSS们有怎样一颗焦虑的小心脏?

## IT界年会,老大为何比着搞怪?



刘强东:京东不差钱

刘强东京东年会上许文强造型,当场发放100万现金奖励,俨然在说,“京东不差钱”。去年,京东花血本自建物流,一度被判断风投的钱要烧光了。

2008年阿里巴巴年会,马云公主造型让人至今念念不忘,而百度当家人李彦宏年会造型也有王子、佐罗。连股神巴菲特在年会上也扮演摇滚歌手。

### 今年IT年会BOSS明星



丁磊清宫造型



雷军:粉丝营销

小米年会,雷军财神装扮,以“马上有钱”的节奏出席,并请来苹果创始人史蒂夫·沃兹站台。一时间,米粉、极客一拥而上,话题讨论一度暴涨超40万次。

欢乐背后,大佬的表演可能不只是表演。年会文化火拼创意:公司有没有,且看BOSS一出手。除了高层领导娱乐底层员工,凝聚人心之外,也是对外展示企业的创造力和实力。

## 今年IT界年会女优抢头条



今年年会上,奇虎360请来“硬盘女星”泷泽萝拉,上海一家游戏公司请来日本AV女优波多野结衣。为何互联网公司年会流行请AV女优?

请女优为年会助兴,这在互联网圈不是新鲜事,最著名的是2012年苍井空现身凡客年会。

2011下半年,凡客接连遭遇丑闻,IPO推迟,公司高管跳槽,裁员5%、资金链断裂、库存堆积等“坏消息”接二连三袭来。辩解无力,凡客高调操办“凡客盛典”,请苍井空给投资方、供货商看看,欲挫败不利传闻。

●IT界流行AV亚文化,大量年轻“程序猿”与“攻城师”是日本AV女优忠实粉丝,企业按需邀请,投其所好。  
●科技公司历来喜欢搏出位,搞“眼球经济”,重金请AV女优站台,确实能“抢头条”。

## 又到年根儿,大把撒钱留得住人吗?

互联网企业,人是最贵的生产资料。每到年底都是跳槽高峰,而每年IT界年会重头戏之一就是大派奖金。十足土豪味背后,是IT界高频跳槽率。只相信实力的IT职场江湖,老板和员工谁抱谁的大腿?



▲360随身Wifi团队、搜索技术团队、手游团队还分获100万元现金大奖。

价值200万保时捷卡宴

100万现金

50万股股票

和父母双飞香港游 塞班双人双飞游

88根金条

众多苹果系产品

### 巨奖是肯定,更是更高要求

360搜索2012年8月上线,2013年12月市场占有率已达23.1%,极大挑战了“搜索用百度”的思维定式。2014年,360搜索的目标是市场份额达35%。

奇虎2013年第三季营收 11.37 亿元,

毛利 2.69 亿元

2013年前三季产品研发费用 10.84 亿

元,同比涨 70%

重奖和企业文化都是企业年终留人的大牌。2013年以来,360加速“挖角”进程。就在今年1月6日,原谷歌全球副总裁刘允也被挖到了360来。

### 5年内IT四巨头

员工跳槽率 (单位:人次)

百度:508

腾讯:267

阿里:1980

奇虎360:97

●由百度流失到其他3家企业的员工人数为30人,其中23位去了阿里,百度员工跳槽首选阿里。

●由阿里跳到其他3家企业的员工总数为23人,其中19人选百度。显然,百度也是阿里员工跳槽首选。

●腾讯跳到其他3家企业的员工总数为16人,去百度和阿里的13人。看来,百度和阿里都很欢迎“企鹅人”。

●从360出来的人仅有2人去其他3家企业,并且这2人都去了百度。其余95人全部流失在3家企业之外。  
据猎聘网数据

## 派送1787万,周鸿祎为何还“不安”?

2013年互联网企业不再各自占山为王,而是相互渗透。一山难容二虎,一场恶斗在所难免,BOSS们焉能坐得住?热闹的年会上看得见硝烟弥漫。

- 手机聊天:腾讯微信 VS 阿里来往
- 打车应用:腾讯滴滴打车 VS 阿里快的打车
- 在线支付:腾讯财付通 VS 阿里支付宝
- 移动支付:阿里支付宝钱包 VS 腾讯微信支付 VS 平安壹钱包 VS 苏宁易购 VS 新浪微博支付 VS 网易易信支付
- 互联网理财:微信理财通 VS 阿里余额宝 VS 百度百发 VS 苏宁零钱宝
- 搜索市场:百度搜索 VS 360搜索 VS 谷歌搜索 VS 搜狗搜索 VS 搜狗搜索



### 我是受害狂 从没安全感

我见过雅虎公司的市值曾经到达过1000亿美元,但是今天的雅虎已经不是当时的雅虎,巨人倒下时身体还是热的。在这个行业,谁今天笑,谁今天哭,一点都不重要。互联网才刚刚开始,要看下一个五年谁能笑到最后。

——360公司董事长周鸿祎

360董事长周鸿祎在2014年会上作了3小时“周氏最短”激情演讲。他认为,行业发展中,能幸存下来的不是最强大的也不是最凶狠的,而是最能适应变化的,而这需要靠两点,一是“Reboot(重启)”,二是突围。

### 结论

互联网的典型逻辑是赢者通吃。强者感受到危机,弱者看到颠覆的机会,没有人甘于坐以待毙。年会奇招迭出背后,各种合纵连横已然上演。